



[•]REC

# LIVRO DE ESTILO

Repórteres  
em Construção

julho 2020  
1ª Edição



Paulo Martins, Pedro Coelho,  
Teresa Abecasis, Dina Soares,  
Sandra Marinho

Título

Livro de Estilo do REC

Autores

Paulo Martins, Pedro Coelho,  
Teresa Abecasis, Dina Soares,  
Sandra Marinho

Capa

Mantraste

Formato

eBook, 52 páginas

Data de publicação

2020, julho

Edição

REC – Repórteres em Construção

Formatação gráfica e edição digital

Raquel Piteira

Ilustrações

Mantraste

Esta edição contou com o apoio do  
Sindicato dos Jornalistas, do Clube de  
Jornalistas e da Casa da Imprensa

© REC 2020

Todos os Direitos Reservados

Publicação disponível gratuitamente em:

<https://www.reporteresemconstrucao.pt/>

**NOTA PRÉVIA**

p.5

**JORNALISMO: TÉCNICA E ÉTICA  
NO MESMO BARCO**

p.9

**AS LINGUAGENS DO REC**

**O SOM: LINGUAGEM  
ÂNCORA DA RÁDIO**

p.23

**QUANDO AS  
LINGUAGENS SE FUNDEM  
NO MULTIMÉDIA**

p.31

**A LINGUAGEM  
ESPECÍFICA DA IMAGEM  
EM MOVIMENTO**

p.39

**FUNCIONAMENTO  
DO REC**

p.47

**LEITURAS  
RECOMENDADAS**

p.51



# Nota Prévia

O REC é uma plataforma que agrega cursos de Jornalismo/ Comunicação das diversas Universidades e Institutos Politécnicos portugueses que oferecem essa formação específica. É um projeto de formação que se posiciona entre a academia e o mundo profissional, participando, diretamente, na aproximação entre os dois polos, complementando-os.

O plano de formação do REC, destinado aos alunos das escolas parceiras, junta professores de jornalismo, jornalistas e formadores do Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR).

O REC tem, neste momento, duas montras de excelência: um programa de rádio e o *site*. Os dois devem viver juntos e complementar-se. São duas formas de ver o REC e em ambas deve transparecer o objetivo do projeto: incentivar a reportagem, os olhares longos sobre temas relevantes, em detrimento da cobertura superficial e simplista da realidade.

Ao mesmo tempo que mergulha no detalhe de um acontecimento, a reportagem transporta o recetor para o

lugar onde ele ocorre. A reportagem pressupõe ação: observação, recolha, estruturação, edição. A reportagem é o avesso do jornalismo de secretária, feito a partir do mundo fechado do computador ou do telefone.

Este Livro de Estilo pretende ser um guia prático para as abordagens tanto na rádio como no *site*, explorando os elementos âncora de cada uma dessas plataformas: texto, som e imagem (fotografia, infografia, ou imagem em movimento).

Este Livro de Estilo pretende ajudar os alunos da rede REC a tomarem decisões antes de irem para o terreno, de forma a evitarem os erros mais comuns; mesmo que, neste laboratório de experiências jornalísticas que é o REC, tentativa e erro constituam o seu ADN. Nesse esforço de aprender com o erro, o objetivo é sempre o mesmo: alimentar a ambição de fazer melhor.

Na primeira parte, este livro de estilo reflete sobre o papel do jornalista em sociedades democráticas, centrando-se no seu compromisso ético e em práticas profissionais com implicações nesse domínio. Na segunda, apresenta e caracteriza as diferentes linguagens do REC e a forma como se articulam com o potencial da reportagem. Na terceira, descreve o roteiro a percorrer pelas equipas envolvidas para que a publicação de cada tema no *site*<sup>1</sup> e a sua emissão no programa de rádio<sup>2</sup> se torne efetiva, concluindo com um conjunto de leituras recomendadas. ●

1 [HTTPS://WWW.REPORTERESEMCONSTRUCAO.PT/](https://www.reportereseemconstrucao.pt/)

2 [HTTPS://WWW.REPORTERESEMCONSTRUCAO.PT/CATEGORY/PODCAST/](https://www.reportereseemconstrucao.pt/category/podcast/)







# JORNALISMO: TÉCNICA E ÉTICA NO MESMO BARCO

## HÁ INFORMAR E INFORMAR

Até aparece na Constituição: cada um de nós tem o direito a informar, informar-se e ser informado. O direito à informação, que cabe ao jornalista satisfazer, não é, todavia, um poço sem fundo. A avidez de oferecer ao público o que se supõe que ele quer facilmente derrapa para o terreno do sensacionalismo. Espreitar pelo buraco da fechadura é voyeurismo. Jogar com a emoção é entretenimento. O mórbido, o picante e o escandaloso não são jornalismo.

Ao contrário do que muitas vezes ouvimos, não compete ao jornalista “dar todos os pormenores”. Atuando em nome do interesse público, não é um aspirador que tudo suga. Compete-lhe, pelo contrário, selecionar os aspetos relevantes de um facto ou de um acontecimento e esforçar-se para os tornar interessantes. Porque se trata de habilitar os cidadãos a tomarem decisões mais informadas – na hora do voto ou da compra de um produto, para proteger-se de uma epidemia ou para acautelar a sua segurança, por exemplo. Aqui reside o essencial da responsabilidade social do jornalista, em sociedades democráticas. ●

## NEM POLÍCIA, NEM JUÍZ

O jornalista tem uma “arma” ao seu alcance, mas deve pensar duas, três, as vezes que forem necessárias, antes de puxar o gatilho. Em todas as circunstâncias, incluindo quando na mira estão detentores de cargos políticos ou públicos, cujo desempenho é suposto que escrutine.

Pode ter de investigar um crime, para o denunciar, mas não é polícia, nem tem ao seu alcance meios de prova – não promove escutas, não conduz interrogatórios, não faz perícias documentais. Pode ter de ouvir suspeitos, acusados ou até condenados, mas não é procurador, nem juiz. Reúne indícios de práticas ilícitas, mas não acusa, nem condena. Deve respeitar um princípio sagrado: até que as autoridades competentes provem sem margem para dúvidas que cometeu um crime, qualquer cidadão é considerado inocente. Chama-se a isso presunção da inocência. Está na Lei e em códigos éticos, pelo que se formos confrontados com casos desta natureza recomenda a prudência o uso de expressões como “terá presumivelmente cometido...”, “alegadamente cometeu” ou “segundo a acusação cometeu”.

A missão do jornalista também não se confunde com a do sociólogo ou do historiador. Impõe-se que descreva, analise e interprete o que se passa à sua volta, com impacto na sociedade. Porém, não deve confundir a árvore com a floresta: o que se lhe depara é apenas um fragmento da realidade, que como tal deve ser abordado.

Sim, o jornalista tem o direito-dever de olhar o mundo pelos seus óculos, desde que de forma honesta e transparente. Não vale aproveitar a condição profissional para abordar assuntos de interesse próprio – os negócios pessoais ficam fora do radar. Não vale distorcer a realidade: ocultar factos

relevantes, porque prejudica a narrativa pré-concebida, ou sobrevalorizar os irrelevantes, porque dá jeito para a compor. ●

## INDEPENDENTE, MAS NÃO NEUTRO

Para cumprir a sua missão, o jornalista dispõe de um conjunto de direitos – direitos, não privilégios – previstos na lei, como o acesso à informação oficial, o sigilo profissional (já lá iremos) ou a independência. Detenhamo-nos neste. Ser independente não é ser neutro, não ter preferências políticas, religiosas, clubísticas ou de outra natureza. Independência é produzir notícias e reportagens com isenção, sem interferências ou pressões, internas ou externas – e responder por elas, porque o jornalista dá a cara e o nome, joga na assinatura a sua credibilidade.

A Lei confere ao jornalista o direito de recusar ordens não emanadas da hierarquia da redação (editor, chefe ou diretor), como as de departamentos de publicidade. Mais: pode recusar atos contrários à sua consciência, sem qualquer penalização. É essa a fronteira que temos obrigação de traçar: nunca permitir que violem a nossa consciência (leia-se: a nossa ética). Se necessário, procuremos o apoio de camaradas. Cedendo, talvez seguremos o emprego, mas não continuaremos a dormir descansados. No limite, é possível invocar a cláusula de consciência. Traduzindo em miúdos: extinguir o contrato de trabalho, com justa causa e indemnização, uma vez comprovada a alteração da orientação editorial ou da natureza do órgão de comunicação.

O reverso da medalha inscreve-se nos deveres. Para mantermos a confiança que o público deposita em nós, está vedado o exercício de funções capazes de comprometer

a integridade profissional. Avaliemos, de acordo com os nossos princípios, que atividades podemos desenvolver em paralelo, antes de observarmos a Lei, que estabelece como incompatíveis com o jornalismo funções como a assessoria de Imprensa, a produção de conteúdos publicitários ou o exercício de cargos políticos. ●

### **“SEM FONTES, NÃO HÁ JORNALISMO”**

A frase é velha, mas conserva validade: “sem fontes, não há jornalismo”. Quando falamos de fontes, também falamos de documentos, mas importa aqui abordar o papel das pessoas. Todas as fontes têm algum interesse, o que não é forçosamente negativo. Cabe ao jornalista avaliar a relevância das informações que libertam.

As fontes devem ser credíveis, no sentido em que inspirem confiança. Devem ser pertinentes – não faz sentido questionar um futebolista sobre Física Quântica, nem estender o microfone, para recolher testemunho, a quem não presenciou o acontecimento. As fontes devem, ainda, ser imputáveis – isto é, estarem em condições de responder pelo que afirmam. Daí que, em regra, devam ser identificadas – sempre, quando se trata de opinião; quase sempre, se transmitem factos.

A não identificação de fontes só se justifica para a sua proteção, em situações como risco de vida ou de despedimento, por exemplo. Não devemos oferecer o anonimato a quem o pede, sem avaliar as razões. A decisão é nossa, mas não esqueçamos que ao manter a fonte sob sigilo, direito que a Lei proporciona, toda a responsabilidade pelo que difundimos fica do nosso lado. O princípio aplica-se também a fontes oficiais. O facto de representarem uma entidade – empresa,

partido, clube, ministério... – não as torna mais credíveis do que outras, nem estão livres de errar, pelo que devem ser também sujeitas a escrutínio.

Última, mas não menos importante recomendação a este respeito: quando produzimos uma notícia que atribui factos negativos a alguém, é imperativo dar voz ao atingido. Não acreditemos na ideia de que confrontar o visado “estraga a história”. Se estraga, é porque não era, à partida, história. Ou seja, não era notícia. Eis uma dimensão que nesta atividade cruza de forma mais evidente a técnica com a ética, como faces da mesma moeda. Uma peça jornalística tecnicamente bem feita contempla várias versões dos factos, para garantir o rigor. Todos os códigos de ética ou deontologia incluem entre os ingredientes do jornalismo de qualidade a diversificação de fontes e o rigor. Sempre o rigor... Vamos voltar a falar nele. ●

## **AO PÚBLICO, SÓ O QUE É DO PÚBLICO**

O direito à informação, que como vimos o jornalista está incumbido de satisfazer, não é mais válido do que outros. Pode ceder perante o direito dos cidadãos à sua privacidade, reputação ou honra. Como a atividade jornalística é passível de causar dano, torna-se necessário avaliar se o direito da sociedade a saber de uma informação se sobrepõe ao direito de um indivíduo a ocultá-la. Ou seja: na primeira fase, o jornalista avalia se pode invadir a privacidade do protagonista da notícia; na segunda, se a pode tornar pública.

Não há receitas, neste exercício de separação entre público e privado, princípio essencial da ética profissional. Conselho elementar: coloquemo-nos no lugar do outro. A opção depende da natureza do caso e da condição da pessoa. O que um político

faz, mesmo na esfera privada, pode converter-se em notícia, se influencia o seu desempenho no cargo ou contradiz o que defende publicamente. Apresentar-se em defesa da família, mas manter uma relação extraconjugal é lá com ele ou com ela. Mas se, como sucedeu com François Mitterrand, antigo presidente francês, a amante vive numa casa do Estado, o público deve sabê-lo. Tal não significa que uma figura pública – eleita, detentora de um cargo no Estado, atriz, futebolista... – perde o direito à privacidade, quanto mais à intimidade.

O contacto com fontes ou testemunhas pode traduzir-se em violação da privacidade ou mesmo da dignidade. Não é legítimo aproveitar a fragilidade das pessoas ou a sua falta de experiência a lidar com os media. As vítimas de um incêndio nem sempre estão em condições de serenidade para descreverem a desgraça que sobre elas se abateu. Podem, portanto, não ser testemunhas fiáveis. E não é de excluir que o próprio ato de falarem com jornalistas acentue a dor que sentem. É preciso respeitar o seu espaço, ponderar o momento da aproximação. Essas pessoas merecem consideração especial. Tanta como as portadoras de deficiência ou quem não está na posse de todas as faculdades. Tanto como as crianças – devemos abordá-las com sensibilidade e, em regra, após consentimento dos pais ou responsáveis legais. Nunca expor um menor como testemunha ou autor de um crime. Nunca forçar uma criança a expressar-se sobre matérias que ultrapassam a sua compreensão. A mediatização de menores, ainda que a desejem no momento, pode causar irremediáveis danos ao seu desenvolvimento futuro como seres humanos. ●

## A COR INTERESSA?

Se não escrevemos “português matou”, porque havemos de escrever “cabo-verdiano matou”? A menção da nacionalidade – como da etnia, sexo, condição económica ou social, convicções políticas, orientação sexual, etc. – é potencialmente discriminatória. Significa isto que estamos totalmente impedidos de fazer referência a esses aspetos? Não. Se for pertinente ou ajudar a compreender a história, justifica-se. Um conflito entre etnias numa cidade pode reclamar a identificação de cada uma delas. Indicar a etnia do autor de um crime nada acrescenta. ●

## NÃO DISPARAR SEM SABER ONDE VAI PARAR A BALA

Desde que o jornalismo é jornalismo, dois princípios tornaram-se indispensáveis ao bom exercício profissional: rigor e rapidez na transmissão da informação. Um não vive sem o outro; um não pode viver sem o outro. Tendo como meta a busca da verdade – ainda que traduza apenas a verdade disponível no momento da difusão – o jornalismo constitui uma disciplina de verificação de factos. O jornalista não pode ser veículo de rumores. Deve testar com outras fontes a informação que recolhe. Deve desconfiar de quem lhe segreda ao ouvido uma informação “só para ti” – o mais provável é que não passe de um falso exclusivo, lançado ao ar para alguém o agarrar. Deve repelir quem exige anonimato antes de contar uma história supostamente “bombástica”.

As novas plataformas de difusão proporcionadas pela Internet criaram a falsa ilusão de que o jornalista pode corrigir rapidamente uma informação errada. A retificação é, de facto,

um dever indeclinável, mas não há nenhuma garantia de que uma notícia instantaneamente difundida para milhões de pessoas usufrui do mesmo impacto da que procede posteriormente à retificação. Ainda que se dê a mão à palmatória minutos depois, é particularmente grave divulgar a morte de alguém que, afinal, não morreu ou enganar-se no nome da pessoa a quem se imputa uma ilegalidade. Antes de disparar, certifiquemo-nos de que sabemos onde vai parar a bala. É que pode fazer ricochete e, inclusive, valer-nos um processo judicial por difamação. ●

### SE SÃO FAKE, NÃO SÃO NEWS

É pela porta do rigor (da falta dele) que entra a desinformação, as *fake news* de que tanto se fala. Entendamo-nos: se são *fake*, não são *news*. A notícia, por definição, é verdadeira. Porém, para o ser implica por vezes grande esforço da parte do jornalista. A Internet oferece imensas oportunidades de acesso à informação, mas nem sempre fiável. É preciso verificar exaustivamente as fontes, sempre que se usa a *web* para extrair informação, seja de uma rede social ou de um *site* institucional. É preciso assegurar que a mesma informação está presente em várias plataformas de confiança, para acautelar a eventual manipulação. Até já há vídeos que exibem pessoas a dizerem o que nunca disseram!

Já agora, é preciso cuidado com o tipo de conteúdo em causa. Na imensa autoestrada de comunicação em que a Internet se converteu, não circula apenas jornalismo, mas também propaganda e publicidade, para falar apenas em alguns tipos de comunicação. Não nos deixemos converter em veículo de mensagens que não fazem parte da nossa missão. ●



## ATÉ ONDE É LEGÍTIMO IR

Utilizar informações divulgadas por outros jornalistas sem identificar a origem não revela apenas desrespeito por camaradas; é uma prática desonesta. Sobretudo quando estão em causa matérias exclusivas ou reportagens protegidas por direitos de autor, que a Lei consagra enquanto criação intelectual. Reproduzir ponto por ponto é ainda pior: mais do que grave falta profissional, o plágio constitui um crime.

De acordo com a generalidade dos códigos de ética e deontologia, o recurso a meios ilícitos para obter informações, imagens ou documentos só pode fundamentar-se na ausência de alternativa convencional e em nome do interesse público em causa. A Lei nacional incorpora o interesse público, mas contempla outras razões: o Estatuto do Jornalista proíbe “a recolha de imagens e sons com o recurso a meios não autorizados, a não ser que se verifique um estado de necessidade para a segurança das pessoas envolvidas”.

No âmbito de investigações jornalísticas, filmar ou fotografar alguém num espaço privado é, em circunstâncias normais, um procedimento ilegítimo. Dissimular a condição profissional também, exceto quando o interesse público o impõe. Numa reportagem encoberta, em que se infiltra num grupo criminoso com o objetivo de denunciar as suas práticas, é evidente que não pode apresentar-se: “Sou jornalista; dão-me licença?”.

A verificação do interesse público também é incontornável no caso da revelação de factos sob segredo de justiça, em inquéritos judiciais. Um par de advertências, porém. Determinada informação não passa a notícia por estar em sigilo, mas por adquirir relevância para o público, pelo que é suposto examinar criteriosamente o seu valor noticioso.

Ao reproduzir escutas telefónicas, o jornalista deve ter em conta que não tem acesso integral a elas, para poder formular um juízo, mas apenas às partes seleccionadas pelos investigadores. Não é um pombo-correio, ao serviço da polícia ou do Ministério Público. E deve ter consciência de que pode ser punido por violação do segredo de justiça.

A par da Lei, que se reveste de carácter coercivo, jornalista que se preze respeita as disposições do Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses. Trata-se de um quadro de deveres, sem sanções associadas, que voluntariamente aceita logo que veste a camisola profissional. O código não se pronuncia sobre o que o jornalista deve ou não transformar em notícia – se o fizesse, seria um instrumento de censura. Fornece, isso sim, recomendações acerca de como efetuar a cobertura ou o tratamento noticioso. Em Portugal, a entidade que zela pelo cumprimento do Código Deontológico<sup>3</sup> é o Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas. ●

3 [HTTPS://JORNALISTAS.EU/NOVO-CODIGO-DEONTOLOGICO/](https://jornalistas.eu/novo-codigo-deontologico/)





AS  
LINGUAGENS  
DO REC



# O SOM: LINGUAGEM ÂNCORA DA RÁDIO

## TEXTO: LEGENDA CONSTRUTIVA DO SOM

A reportagem radiofónica tem de ultrapassar a rigidez da estrutura clássica: a simples alternância entre declarações e texto.

Uma reportagem é um retrato sonoro, um filme sem imagem. Deve mostrar, através do som, a paisagem em redor. Numa reportagem sobre, por exemplo, a pesca da sardinha é importante falarmos com os pescadores, mas devemos recolher sons do mar, do barco em movimento, do puxar das redes, da troca de ordens e instruções entre os pescadores – os sons próprios da faina que nos “mostram” a pesca. Identificar os problemas do setor – quotas de pesca insuficientes, combustível caro, preços de venda em lota baixos, subsídios do Estados que nunca chegam, etc. – são informações determinantes na reportagem, mas não fazem, sozinhas, a reportagem.

A importância do som na reportagem radiofónica pode ser compreendida, igualmente, através de outro exemplo retirado, diretamente, do portfólio REC: o primeiro programa emitido, o das rádios universitárias<sup>4</sup>.

É importante conhecermos as histórias de cada uma das rádios que apresentamos no programa, mas o que nós queremos mesmo é ouvir essas rádios. Não faz sentido falar de algo que nunca mostramos. Não faz sentido falarmos de uma rádio que o nosso ouvinte nunca tem oportunidade de ouvir.

O som dos cenários onde a reportagem se revela impõe-se como o elemento guia da narrativa, conduzindo (e condicionando) a interligação entre os restantes elementos que a estruturam: texto, vivos e música (elemento secundário, que deve ser usado exclusivamente nos momentos em que jornalisticamente se justifique). Elegendo o som como elemento determinante da reportagem radiofónica, nela, o texto informativo assume o papel de legenda construtiva do som. Quando o som não se autodescreve, o texto acrescenta a informação que permite a plena descodificação da mensagem jornalística.

Quando temos vários protagonistas para nos contarem a história e uma paleta de sons para pintar o retrato sonoro, o texto promove as ligações e os enquadramentos. Textos longos não respeitam as exigências da rádio. A interligação entre os diversos elementos da narrativa radiofónica impõe-se como a regra que estrutura a reportagem, impedindo que textos longos tomem conta dessa estrutura, mesmo nos casos em que a voz do jornalista revele timbres e sonoridades de exceção e a dicção seja imaculada. ●



## O TEXTO QUE LANÇA O VIVO

A interligação construtiva entre os elementos impõe, igualmente, que no texto de lançamento do vivo – o excerto da entrevista selecionado – o jornalista evite a redundância. Não precisamos de dizer antes o que o nosso entrevistado vai dizer a seguir.

Devemos, igualmente, evitar o lançamento “2 pontos” – a linha de texto antes do vivo em que o jornalista se abstém de selecionar a informação que – de forma natural – liga o texto ao vivo. O lançamento “2 pontos” ocorre sempre que o jornalista se limita a dizer, antes do vivo, expressões como: “João Sousa explica”; “Como refere João Sousa” (...) O trabalho jornalístico é um exercício permanente de seleção e os lançamentos “2 pontos” são lançamento “brancos” que não estabelecem qualquer ligação entre o discurso do jornalista e o discurso da fonte, abstendo-se o jornalista de promover essa articulação.

O texto de lançamento do jornalista deve ser independente do vivo: um e outro não se misturam, nem completam. Não se justifica, portanto, que o jornalista comece um texto que deixa pendurado para ser continuado pela fonte que entrevista. Entre os exemplos mais comuns daquilo que deve ser evitado está a seguinte situação: “António Costa revela, portanto, que”. Ora o “que”, o jornalista não diz, esperando que António Costa, em vivo, complete. Deixando o texto pendurado, o jornalista força a fonte a concluí-lo. Essa mistura entre o texto do jornalista e o discurso da fonte não é, em caso algum, recomendável. ●

## CAPTAÇÃO/GRAVAÇÃO DE ENTREVISTAS E DE SONS AMBIENTE

O gravador deve estar ligado do início ao fim da reportagem. Nunca se sabe quando é que vai surgir “o som” que fará a diferença.

A ação que enquadra a reportagem jornalística impõe que todos os sons e entrevistas que a estruturam sejam captados diretamente no local do acontecimento. As entrevistas devam ser sempre feitas pessoalmente.

Para além de garantir a qualidade do som, a entrevista feita olhos nos olhos permite que o jornalista registre o discurso, a voz, o olhar, as hesitações, os silêncios do entrevistado. Quando falamos com alguém cara a cara, há sempre informações que surgem sem estarmos à espera, como aquela conversa já depois da entrevista concluída, em que o entrevistado conta “a” história e que nos leva a ligar de novo o gravador.

Quando a entrevista presencial é de todo em todo impossível, devemos proteger a qualidade do som e, nesse caso, gravar em estúdio. Temos estúdios e meios técnicos que nos permitem isso em quase todo o país.

O telefone, o Skype ou outra qualquer plataforma de captação de som e imagem, só podem ser usados quando o registo é único, impossível de obter por outro meio e se se revelar jornalisticamente imprescindível. ●

## TODAS AS PESSOAS RESPIRAM

Na reportagem, sentimos que o tempo é sempre curto. No entanto, temos de evitar a tentação de ler muito depressa ou de editar demasiado os sons, cortando todas as respirações ou enganos. Retirar do discurso as expressões próprias de quem fala, mesmo que sejam “dispensáveis” em termos de conteúdo, é trair o testemunho dessa pessoa. Já para não falar no erro de cortar as respirações e deixar as pessoas a falar como se estivessem com o nariz tapado. Os sons devem ter tempo para viver e para serem identificados. Um som que entra e sai decorridos dois ou três segundos não passa de ruído sem sentido.

Em qualquer narrativa jornalística sonora, ruído é tudo aquilo que dificulta, ou impede, a descodificação da mensagem. ●

## A UTILIZAÇÃO JORNALÍSTICA DA MÚSICA

É comum a ideia de que sonorizar uma peça é “acrescentar” uma música, com o exclusivo propósito de “ficar mais bonito”. Sonorizar é valorizar a mensagem jornalística, recorrendo a uma paleta de sons captados no local, ou recriados, se essa recriação não ferir o jornalismo. A música pode integrar as opções do jornalista no momento da sonorização da reportagem, mas a utilização jornalística desse recurso está condicionada a três situações muito concretas: se a reportagem for sobre música; se a música ajudar a caracterizar a carga dramática observada pelo repórter no local do acontecimento; se, numa reportagem longa, as passagens entre o particular e o geral, ou entre diversos sub-ângulos dentro do ângulo, for suavizada, ou valorizada, com a integração de uma música.

Salvo raríssimas exceções, as músicas usadas devem ser instrumentais. Fugir de músicas óbvias ou muito usadas. ●

## NÃO HÁ PESSOAS ANÓNIMAS

O jornalista deve identificar sempre todos os autores do trabalho e todas as pessoas ouvidas na reportagem. Não há pessoas anónimas. A única exceção é a agregação, num único bloco, de diversas vozes reveladoras de uma determinada tendência, que tenha sido cientificamente apurada e tenha valor jornalístico. Esta junção jornalística de vozes não deve ser confundida com o chamado *vox pop*, pessoas anónimas apanhadas na rua, que expressam opiniões soltas sem enquadramento científico, logo sem qualquer valor jornalístico.

O mesmo critério se aplica a qualquer dos formatos multimédia, abordados mais adiante. Salvo raras exceções, em que o anonimato se justifique pela sensibilidade do tema e para proteger a privacidade e/ou segurança dos envolvidos, as pessoas referidas nas reportagens devem ser identificadas pelo primeiro e último nome. O repórter deve também tomar nota da idade e profissão dos entrevistados, elementos que poderão ajudar na sua caracterização. ●

## O MATERIAL TEM SEMPRE RAZÃO

Antes de sair, é importante testar o material, levar pilhas extra e gravar sempre com auscultadores. Assim, se o gravador falhar, detetamos de imediato. ●

## DURAÇÃO DAS PEÇAS

As reportagens do REC devem ter entre 3 a 5 minutos. As exceções a esta regra são definidas pelo editor de cada tema, em articulação com a coordenação de conteúdos do REC, os professores e os alunos envolvidos no programa de rádio. O programa de rádio Repórteres em Construção tem, no máximo, 27 minutos. ●

## ENTREGA DAS PEÇAS

Depois de editadas, as peças devem ser enviadas com os “brutos”<sup>5</sup> e a sessão em *Audition*. Se for utilizado outro programa, devemos exportar pista a pista, para dar margem de manobra, na edição do programa final, à introdução dos ajustes necessários. Se possível, entregar também o guião escrito da peça. Exportar as peças em *wav*. ●

## FICHA TÉCNICA DO PROGRAMA DE RÁDIO

Os programas de rádio terminam sempre da mesma forma, identificando o Projeto Repórteres em Construção, a parceria com a Rádio Renascença e com o CENJOR, as escolas que participaram, o nome e filiação de quem pós-produziu, apresentou e editou.

Para a publicação no *site*, os programas de rádio devem ter uma imagem horizontal e uma ficha técnica, com indicação dos alunos e escolas que participaram, os nomes dos editores e de todos os que ajudaram na realização. ●

5 TODO O MATERIAL RECOLHIDO DURANTE A REPORTAGEM:  
TODOS OS SONS E AS ENTREVISTAS NA ÍNTEGRA.



# QUANDO AS LINGUAGENS SE FUNDEM NO MULTIMÉDIA

## O MULTIMÉDIA TEM UMA LINGUAGEM PRÓPRIA

Pode ser tentador pensar que, por permitir juntar conteúdos de texto, vídeo, som e imagem, uma página se limita a agregar conteúdos produzidos para imprensa, rádio e televisão. É um erro. As pessoas não navegam na Internet da mesma maneira que navegam por um jornal de papel, por um canal de televisão ou por uma estação de rádio. A Internet traz outras formas de ler, ver e ouvir. E é a pensar nelas que devemos pensar um conteúdo para o *site*.

Assim, não podemos limitar-nos a “colar” uma peça de rádio, televisão ou jornal na página. Cada conteúdo para o *site* tem de ser pensado individualmente, tal como as peças do programa de rádio o são. Para terem lugar no *site* do REC, os trabalhos jornalísticos pensados e concretizados para rádio, televisão ou jornal precisam de ser trabalhados de forma diferente, respeitando a especificidade do multimédia. ●

## OS CONTEÚDOS MULTIMÉDIA NÃO SERVEM PARA COLORIR UMA PEÇA

Uma fotogaleria, um vídeo, uma imagem e um som numa peça multimédia não servem para “enfeitar” um texto. Cada elemento tem de ter valor próprio e acrescentar informação. E se o utilizamos é porque ele constitui a melhor maneira de acrescentar essa informação.

Se colocamos um som no meio do texto, é porque a transcrição dele não seria suficiente para passar a informação. Se o primeiro-ministro anuncia que vai subir o IVA, não precisamos de colocar o som dele a dizê-lo, a não ser que as circunstâncias em que faz a declaração sejam excepcionais – por exemplo, se o diz às gargalhadas.

Da mesma maneira, não devemos introduzir uma fotogaleria se as fotografias que temos não servem para mostrar algo – um lugar, uma situação, um acontecimento – e se elas não tiverem qualidade suficiente para isso. Em vez de acrescentarmos informação, estaríamos a acrescentar ruído. ●

## A CONSTRUÇÃO DE UMA PEÇA PARA O SITE COMEÇA ANTES DA IDA PARA O TERRENO

Porque o multimédia permite várias possibilidades, é importante pensarmos na melhor maneira de contar a nossa história antes de irmos para o terreno. Queremos fazer um vídeo? Uma fotogaleria? Um texto com elementos multimédia? Ao escolher uma “fórmula”, temos de ter em consideração vários fatores:



**Quantas pessoas tem a equipa e como se podem distribuir as tarefas entre elas?**

É muito difícil a uma única pessoa filmar, fazer a entrevista, captar o som e fotografar. Com experiência, podemos aprender a gerir o tempo, de forma a conseguirmos captar em vídeo, fotografia ou som o acontecimento e, igualmente, pensarmos a reportagem e as entrevistas, mas, numa fase inicial, é preferível recusarmos fazer tudo ao mesmo tempo. Uma equipa maior pode gerar mais atritos, mas o diálogo entre os diversos elementos e o planeamento rigoroso do trabalho permitirão transformar em mais-valia a integração na equipa multimédia de mais gente, desde logo porque essa associação permitirá acrescentar outros elementos multimédia à nossa peça. E mesmo que cada um tenha a sua tarefa, isso não quer dizer que não possam todos contribuir para a forma final em todas as fases.

**Quais são os pontos fortes de cada elemento da equipa?**

Se algum elemento for bom a fotografar ou a filmar, será uma mais-valia para o trabalho final, se tentarmos construir a história para o *site* tendo em conta as competências de cada um.

**Quais os meios técnicos disponíveis?**

Os alunos devem ter à sua disposição os meios necessários para realizarem os trabalhos a que se propõem. De preferência, devem ser disponibilizados pela escola. Em situações pontuais, o REC pode entrar em contacto com o CENJOR, para encontrar uma forma de empréstimo temporário de equipamento. Esta solução, por questões geográficas e de acesso, só é possível para alunos de Lisboa. ●

## NÃO EXISTE UMA FÓRMULA PARA OS CONTEÚDOS DO SITE

A versatilidade do multimédia permite peças de várias formas e recorrendo a diferentes linguagens. Não há uma fórmula melhor do que outra, o que se deve sempre tentar fazer é aproveitar ao máximo os recursos disponíveis e ouvir a história.

Apresentamos, de seguida, uma lista de razões que podem ajudar a escolher o formato final:

- |                   |  |
|-------------------|--|
| <b>Texto</b>      | É o formato mais comum, por ser o mais acessível. Não precisa de recursos, a não ser o próprio jornalista. É o mais indicado para situações em que damos o contexto histórico ou analisamos uma situação.  |
| <b>Vídeo</b>      | Funciona melhor para transportar o leitor até um determinado lugar, mostrar uma ação ou acompanhar alguém, por exemplo. Para isso, é preciso captar esses momentos, esses lugares. Se estamos a falar de uma pessoa, precisamos de mergulhar na vida dela, mostrar porque consideramos a história dela interessante e alvo de reportagem. Não basta filmar uma entrevista com alguém, é preciso mostrar, através de imagens, a nossa história. |
| <b>Fotografia</b> | Este meio resulta melhor quando “congela” momentos importantes ou eventos. Pode ajudar-nos também a refletir sobre algo. É um meio muito forte, quando as imagens são boas.  |

Para fazermos uma fotogaleria, temos de ter imagens com força para valerem quase sozinhas, apenas precisando de alguma informação de contexto.

- Áudio** Ideal para entrevistas, conversas, relatos na primeira pessoa, histórias com sons. Se no vídeo é importante mostrarmos a nossa história, no áudio são os sons que nos vão “guiar”.
- Fotogaleria com som** Fazer uma boa fotogaleria com som é mais difícil do que tratar os dois elementos separadamente. Aqui, som e imagem têm de estar coordenados, de maneira a tornar natural a sua utilização em conjunto e não causar entropia na comunicação.
- Infografia** Serve para ilustrar dados e só faz sentido quando esses dados existem. O objetivo da infografia é tornar mais imediata a descodificação da mensagem, porque números, lugares, factos datados, exigem uma visualização sistematizada: clara e com poucas palavras; a visualização deve valer por ela própria. Deve ter sempre título, legenda e fonte. ●

## LEVAR SEMPRE MÁQUINA FOTOGRÁFICA

Na maior parte das vezes, só temos uma oportunidade para ir ao terreno e estar com os protagonistas das histórias. Um elemento da equipa deve tentar tirar fotografias da história e dos entrevistados. Um retrato com o telemóvel não chega, devem usar-se outros meios de captação que garantam maior qualidade de imagem. No terreno, a equipa deve preocupar-se em registar as diversas facetas do acontecimento, mesmo que depois, na fase de edição, algumas dessas imagens sejam dispensadas.

Sugerimos que procurem entre os colegas de turma, ou mesmo de outros cursos da instituição, alunos com maior apetência para a fotografia, tentando integrá-los na equipa que vai para o terreno.

Lembramos ainda que quando fotografamos pessoas, devemos obter autorização para usar as suas fotografias, bem como apontar o seu nome, idade e profissão. Aplica-se uma exceção quando as pessoas não são o objeto da reportagem fotográfica, mas estão num cenário importante para a ilustrar. Exemplos: uma paragem de autocarro, se estamos a falar de transportes, ou a baixa de uma cidade quando falamos de lojas históricas. Salvo raras exceções em que a identificação do repórter-fotográfico possa comprometer a recolha do material para a reportagem, ele deve mostrar-se e fazer a recolha de imagens à vista das pessoas fotografadas. ●

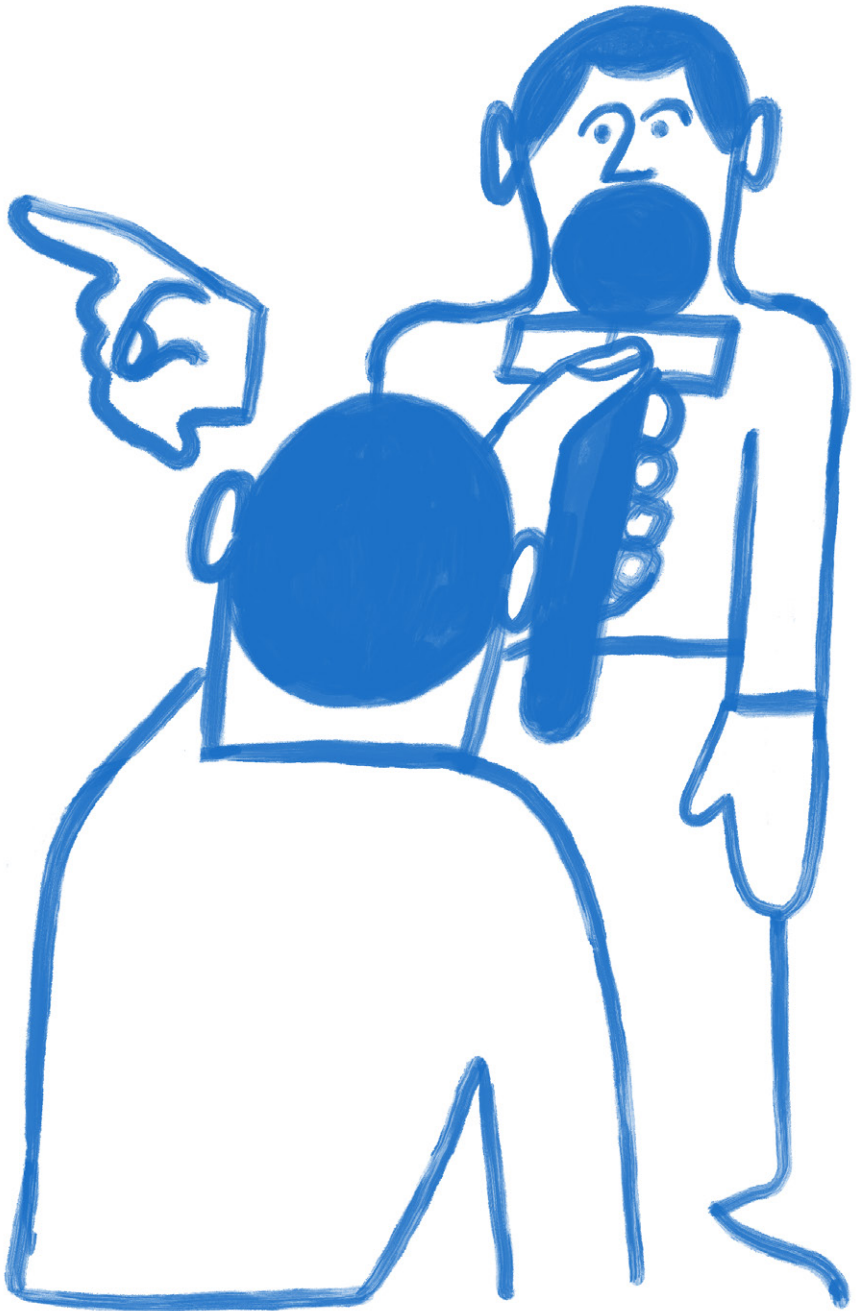
## ENTREGA DAS PEÇAS/CRÉDITOS

Todos os conteúdos do *site* têm um título, um lead, uma fotografia horizontal, a assinatura dos alunos que os fizeram e a escola a que pertencem.

No caso de não haver fotografias próprias, podem procurar em bancos de imagens gratuitos – normalmente as imagens que esses bancos disponibilizam podem ilustrar temas gerais. Podem também pedir aos entrevistados que disponibilizem fotografias, se entenderem que têm qualidade suficiente para publicação. Todas as fotografias devem estar creditadas. Fotografias encontradas noutros *sites* normalmente estão protegidas por direitos de autor e não podem ser utilizadas pelo REC. ●

## TEXTO DO EDITOR

Todo os meses, juntamente com os trabalhos dos alunos, é publicado um texto do editor do tema. Este texto pode ser uma reflexão sobre a experiência de trabalho no REC ou sobre o tema que supervisionaram – que inclui os trabalhos para o programa de rádio e os trabalhos para o *site*. Este texto também precisa de uma fotografia e é sempre assinado. ●



# A LINGUAGEM ESPECÍFICA DA IMAGEM EM MOVIMENTO

O esforço de tornarmos o som visual, que exercemos na construção de cada reportagem radiofónica, é do mesmo teor na construção de uma reportagem com imagens em movimento.

É certo que a imagem em movimento não se afirma como uma das linguagens âncora do REC, mas os conteúdos produzidos para o *site*, mesmo sendo fruto de uma fusão de linguagens, devem respeitar a especificidade da imagem em movimento quando esta, no multimédia, toma conta de parcelas da narrativa jornalística.

Pensarmos primeiro na reportagem e só depois na plataforma de acolhimento impõe-nos que, sem constrangimentos, aprofundemos a especificidade de cada uma das plataformas. E se o fizemos para o som e para o multimédia, neste livro de estilo fazemo-lo, igualmente, para a imagem em movimento. Porque aos alunos do século XXI não devem ser estranhas as linguagens, nem a essência que delas emana. ●

## TEXTO: LEGENDA CONSTRUTIVA DA IMAGEM

A reportagem visual, construída a partir de imagens em movimento, assume a imagem como elemento estruturador da narrativa. A imagem conduz a história; define-lhe o ritmo; absorve-a integralmente. Na articulação entre os diferentes elementos da narrativa jornalística visual, é a imagem que estabelece os laços entre o texto do jornalista, os vivos, a música e o grafismo (estes dois últimos, elementos secundários da narrativa).

Neste contexto, o texto do jornalista fica refém da imagem, impondo-se como sua legenda construtiva: clarifica o que a imagem, por si só, não consegue clarificar.

Na reportagem visual, o texto nunca se sobrepõe à imagem, antes a enquadra, permitindo a plena descodificação da narrativa. O texto participa, como uma cola, na construção da sequência visual. Escrever para as imagens é um exercício complexo e arrojado. Ao mesmo tempo que o texto deve evitar dizer o que a imagem nos mostra, porque a imagem jornalística é, quase sempre, mais objetiva e mais forte do que as palavras, o texto jornalístico numa plataforma visual não pode distanciar-se das imagens, relatando uma narrativa paralela.

Numa reportagem jornalística visual, se o recetor fechar os olhos e conseguir descodificar plenamente a mensagem impressa na história é porque o texto se desligou da sequência visual, assumindo, sozinho, o palco da narrativa que, de todo, não lhe deve pertencer.

A expressão da gíria televisiva “pintar um texto” – colocar imagens em cima de um texto previamente gravado – é o erro recorrente nas redações do mundo inteiro. A expressão atribui ao jornalista um estatuto idêntico ao do



pintor de paredes, que usa uma lata de tinta para preencher espaços vazios. É certo que a expressão está associada ao modelo mais habitual, em todas as redações de televisão, de construção da história visual: primeiro o jornalista seleciona os vivos, depois escreve o texto, edita a estrutura (texto-vivo-texto-vivo-texto...) e, só depois, cobre os espaços vazios com imagens. Se este modelo de construção favorece a rapidez do exercício jornalístico, é igualmente verdade que ele transporta o risco da subalternização da imagem face ao texto, escrito antes da seleção das imagens.

O erro, todavia, não está no modelo de construção, mesmo que este possa propiciá-lo; o erro está na forma leviana como o jornalista se desliga das imagens, tendo, muitas vezes, optado por nem sequer as visionar antes de escrever o texto. ●

## A CAPTAÇÃO DE IMAGENS EM MOVIMENTO

Em equipas de duas pessoas – jornalista e repórter de imagem – é importante que, no terreno, a história seja construída em conjunto: que imagens captar, que uso jornalístico terão elas na narrativa, que história nos permitirão elas contar? Se o jornalista, no terreno, tiver feito esse exercício de construção; se o jornalista, na fase de captação, acompanhar, em permanência, o trabalho do repórter de imagem, conseguirá transportar para a edição o pleno conhecimento da história visual. E, com esse conhecimento solidamente expresso, pode optar por editar usando o modelo que entender. Conhecendo as imagens, o jornalista contará a história a partir delas. Na reportagem visual isso é o mais importante.

No momento da captação, o som das imagens é tão relevante quanto a sua riqueza visual. Cada plano é som e imagem, mesmo que o som seja o silêncio. O som ambiente tem de estar limpo e o silêncio tem de se ouvir. Por isso, no momento da captação, jornalista e repórter de imagem devem reproduzir integralmente o ambiente do local – visual e sonoro. Tudo o que não faça parte desse ambiente – conversas dos jornalistas com fontes junto à câmara de captação; música a tocar no rádio de um carro a invadir o microfone da câmara; gritos permanentes; assobios, etc. – tudo o que não faça parte da essência do local deve sair do cenário do acontecimento no momento em que este é captado. ●

## AS IMAGENS RESPIRAM

Uma reportagem vive da respiração das imagens. Há planos que contam sozinhos a história, dispensando o texto. Há sequências – recheadas de diálogos, de sons ambiente – que se autodescrevem, devendo respirar na narrativa. Há momentos, definidos pela força jornalística das imagens, onde o texto, pura e simplesmente, desaparece. ●

## A UTILIZAÇÃO JORNALÍSTICA DA MÚSICA

Da mesma forma que na narrativa sonora, também a reportagem jornalística, construída a partir de imagens, pode recorrer à música, elemento secundário da narrativa, para reforçar a mensagem. Se o acontecimento é sobre música; se a música contribuir para recuperar a carga dramática de determinada parcela do acontecimento, observada no

momento da captação; se a música contribuir para soltar a história, acentuando-lhe o ritmo; se a música, por fim, suavizar a passagem entre diversos momentos da narrativa, contribuindo para que esta não perca, nessa passagem, a harmonia que deve enquadrá-la. ●

## A HARMONIA

Em qualquer plataforma, uma narrativa jornalística deve respeitar o conceito de harmonia: os elementos informativos que estruturam a história devem interligar-se de forma natural. O texto não pode ser usado para forçar as ligações; antes se impõe como o elemento que articula peças que encaixam como num puzzle.

O conceito de harmonia não pressupõe que a história fuja dos elementos disruptivos que porventura a possam integrar. Pelo contrário, a disrupção provocada pelo inesperado é algo que sobressalta o recetor. E esse sobressalto pode ser a forma que o jornalista usa para agarrar o destinatário à narrativa. É certo que, num longo formato, onde essa disrupção pode ser viável, o jornalista deve, com arte e engenho, naturalizar o efeito desse sobressalto, promovendo o regresso da história à estrutura harmoniosa que, em regra, a deve moldar.

Neste capítulo centrámos o discurso nas linguagens e não nas plataformas. Fizemo-lo porque a montante das plataformas difusoras das mensagens jornalísticas está o próprio jornalismo. Como escrevem dois académicos jornalistas, Bill Kovach e Tom Rosenstiel, na obra conjunta em que nos apresentam os “Elementos do Jornalismo”, “a finalidade do jornalismo mantém uma constância admirável” (2007: 11, 12). Ou seja, a finalidade, a razão de ser do jornalismo, não depende da

tecnologia, que permanentemente se altera, nem das técnicas jornalísticas, que constantemente se adaptam. O papel que as notícias representam na sociedade sobrepõe-se a todas as mutações. Se o foco do REC fossem as plataformas mediáticas estaríamos, pois, a trair a matéria prima do nosso desafio – o próprio jornalismo e a sua forma mais nobre de expressão: a reportagem. ●





# FUNCIONAMENTO DO REC

## OS PARCEIROS DO REC

Os parceiros do REC são, desde logo, as escolas (Universidades e Institutos Politécnicos) com cursos de Jornalismo/ Comunicação. O REC é um projeto nacional, descentralizado, que está aberto à integração na rede de todas as escolas que queiram associar-se.

O CENJOR é outro dos parceiros, participando, diretamente, nas ações de formação associadas à concretização de cada um dos temas.

O REC estabeleceu, igualmente, uma parceria com a Rádio Renascença, onde emitimos, no primeiro domingo de cada mês, um programa que agrega as reportagens radiofónicas produzidas no âmbito de cada tema. Esta parceria com a Rádio Renascença não impede o REC de estabelecer outras, pontuais ou regulares, com outros órgãos de Comunicação Social. ●

## A FORMAÇÃO REC

A Coordenação de Conteúdos do REC envia, anualmente, às escolas parceiras duas Chamadas com o conjunto dos temas que serão tratados no ano letivo em curso. Cada um dos parceiros seleciona o tema, ou temas, em que quer trabalhar, mobilizando equipas, coordenadas por professores, que, respeitando os prazos e as orientações definidos na Chamada, concretizam reportagens para o programa de rádio e para o *site*.

Associada a cada um dos temas, a Coordenação de Conteúdos do REC e o CENJOR organizam uma ação de formação que junta todos os alunos e professores envolvidos na produção das reportagens.

O REC é, na sua essência, um projeto de formação, o que torna a ação de formação obrigatória para todos os estudantes envolvidos no tratamento do tema, nas duas plataformas, e para os professores que os orientam.

Não se trata de sessões de formação clássicas (centradas na exposição de conteúdos), mas de momentos dinâmicos de discussão dos trabalhos entre alunos, professores e editores, com o apoio de um formador do CENJOR.

Anualmente, o REC e o CENJOR organizam ações de formação em dicção, supervisionadas pela Coordenação de Conteúdos do REC. ●

## O EDITOR REC

Cada tema tem um editor responsável, rotativo, nomeado pela Coordenação de Conteúdos do REC. O editor, em contacto direto com os professores responsáveis por cada trabalho, supervisiona todo o processo até ao fecho. Em articulação



com a Coordenação de Conteúdos do REC, cabe-lhe garantir a qualidade e monitorizar os ritmos de produção, de forma a que tudo se concretize dentro dos prazos estabelecidos para o fecho. Na sequência da ação de formação associada ao tema que edita, o editor assume a articulação direta entre os alunos e respetivos professores envolvidos em cada uma das reportagens em produção para a rádio e para o *site*. ●

## O FECHO DOS TEMAS

Depois de feitas as alterações acordadas na ação de formação, os alunos permanecem em contacto com o editor a quem enviam a versão final do trabalho. O editor articula-se, por fim com a Coordenação de Conteúdos do REC para, em conjunto, fecharem o tema na sua versão radiofónica e multimédia. No caso específico da rádio, quando o programa Repórteres em Construção estiver estruturado – reportagens concluídas e textos de ligação, da responsabilidade do editor, concretizados – o editor, em articulação com a Coordenação de Conteúdos do REC, procede à gravação do texto, edição e pós-produção de toda a sequência.

O texto escrito pelo editor poderá ser lido por um dos estudantes que integra a equipa associada ao tema. A escolha do aluno(a) será feita pelo editor e pela Coordenação de Conteúdos do REC. Idealmente, o aluno ou aluna escolhido deverá ter passado por uma das ações de formação em dicção. ●



# LEITURAS RECOMENDADAS

Barata-Feyo, J. M. (org.) (2006). *Grande Reportagem*. Dafundo: Oficina do Livro.

Creeber, G. (ed.) (2015). *The television genre book*, (3ª ed.) London: British Film Institute.

Fager, J. (2017). *Fifty years of 60 Minutes – The inside story of television’s most influential news broadcast*. New York: Simon & Schuster.

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2007). *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York. Three Rivers Press.

Meditsch, E. (org.) (1998). *Rádio e pânico – A Guerra dos Mundos, 60 anos depois*. Florianópolis: Editora Insular, IPEJ.

Minkov, M. (1983). *Jornalismo Radiofónico*. Praga: OIJ.

Nafria, I. (2017), *La reinención de The New York Times: Cómo la “dama gris” del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era de los móviles*. CreateSpace Disponível em:  
<https://knightcenter.utexas.edu/books/Lareinveni%C3%B3ndeTheNewYorkTimes-IsmaelNafr%C3%ADa.pdf> .

Globo (2011). *Princípios Editoriais do Grupo Globo*. Disponível em:  
<https://grupoglobo.globo.com/principios-editoriais/>.

Público (2005). *Livro de Estilo* (2ª ed.). Lisboa: Público. Disponível em:  
[http://static.publico.pt/nos/livro\\_estilo/nova/index.html](http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/nova/index.html) .

Schmalz, W. (ed.) (1990). *Studio One – Stories made for radio*. Canadá: Coteau Books.

[•]REC

Repórteres em Construção  
julho 2020 / 1ª Edição